

„Unser wichtigstes Ziel ist der Ausbau des Geschäftsfelds Betriebliche Altersvorsorge“

Interview mit dem Vorstandsvorsitzenden Helmut Posch

Seit 2005 ist die Mannheimer Krankenversicherung AG eine hundertprozentige Tochter der UNIQA-Group-Austria. Die mamax Lebensversicherung AG wurde 1999 als erste reine Internet-Lebensversicherung in Deutschland gegründet. Mit beiden arbeitet der VdH zusammen. Die Redaktion von „Honorarberater“ sprach mit dem Vorstandsvorsitzenden Helmut Posch über die Zukunft der Gesellschaften.

Redaktion: Herr Posch, was sind Ihre Ziele für die Mannheimer Krankenversicherung?

Helmut Posch: Ziel Nummer 1 für die Mannheimer Krankenversicherung ist der deutliche Ausbau unseres Geschäftsfeldes „Betriebliche Gesundheitsvorsorge“, zweiter Schwerpunkt ist die forcierte Kommunikation unseres nach wie vor einzigartigen Markenprodukts HUMANIS für die Pflegevorsorge. Dritter Schwerpunkt ist der Ausbau unserer Produktpalette auf Basis der bekannten Stärken der Mannheimer Krankenversicherung.

Redaktion: Was verstehen Sie unter „Betrieblicher Gesundheitsvorsorge“?

Helmut Posch: Wir verstehen darunter ein Paket aus klassischen KV-Produkten und zusätzlichen Programmen und Aktivitäten zur Gesundheitsvorsorge. Wir wollen gemeinsam mit Unternehmern, die erkannt haben, wie wichtig die Gesundheit ihrer Mitarbeiter für den Unternehmenserfolg ist, neue Wege gehen. Wir werden für unsere Firmenkunden und deren Mitarbeiter hierbei nicht nur die Übernahme von Arztrechnungen sicher stellen, sondern speziell auf die Bedürfnisse des jeweiligen Betriebes und seiner Belegschaft maßgeschneiderte Gesundheitsprogramme entwickeln und anbieten.

Redaktion: An welche Firmen denken Sie?

Helmut Posch: Grundsätzlich alle Firmen. Besonders interessant ist das Thema aber für Firmen ab 100 Beschäftig-

ten. Wir haben für die exklusive Betreuung dieser Firmenkunden einen eigenen Mitarbeiterstab eingerichtet, der einen hohen Servicestandard gewährleistet. Die Leistungen rund um den Versicherungsschutz werden auf die Bedürfnisse der jeweiligen Firmen zugeschnitten.

Redaktion: Mit welchen Maßnahmen wollen Sie Ihre Pflegeversicherung HUMANIS forcieren?

Helmut Posch: Im Bereich der Pflegeversicherung haben wir bereits derzeit mit unserer Marke HUMANIS einen Standard am Markt gesetzt. Die Nachfrage nach hochwertiger Pflegevorsorge ist bereits jetzt deutlich im Ansteigen. Im November brachten wir ein neues HUMANIS Produkt auf den Markt, das wesentliche Produkterweiterungen beinhaltet: Bereits mittlere Demenz führt dann zu einer Leistung und auch bei häuslicher Pflege durch Familienangehörige und bei der Pflege im Ausland zahlen wir einen Zuschuss. Hiermit setzen wir in der Mannheimer Krankenversicherung wieder eine Innovation in einem Produkt, wie schon mehrmals in der Vergangenheit.

Redaktion: Herr Posch, wie haben wir uns den Ausbau der aktuellen Produktpalette vorzustellen? Bedeutet sie eine Abkehr von Ihren Hochleistungstarifen?

Helmut Posch: Nein, die Erweiterung der Produktpalette bedeutet keine Abkehr von unseren Hochleistungstarifen. Allerdings benötigen wir eine Erweiterung in Richtung modularer Kombination von stationären Tarifen, ambulanten Tarifen und Zahntarifen, um den Ansprüchen weiterer interessanter Kundensegmente zu entsprechen. Mit unserem hierfür entwickelten neuen Produktprogramm PRIVAT-PATIENT-SELECT kamen wir ebenfalls im November 2006 auf den Markt. Ich bin sicher, dass Sie erstaunt sein werden, wie flexibel und leistungsfähig sich dieses Produktprogramm in der Beratung darstellt. Außerdem werden wir in

der weiteren Produktentwicklung vom UNIQA Know-how profitieren. Damit werden wir in der nächsten Zeit noch die eine oder andere intelligente Produktlösung im Bereich der Zusatzversicherungen entwickeln und einführen. Hier besitzt UNIQA großes Know-how, denn sie nimmt mit über 50 Prozent Marktanteil in Österreich eine herausragende Position ein, die auch durch das seit Jahren stabile A-Rating von Standard & Poors bestätigt wird.

Redaktion: Herr Posch, wie entwickelt sich die mamax Lebensversicherung AG?

Helmut Posch: Bei der mamax Lebensversicherung AG stiegen die gebuchten Bruttobeiträge zum 30. Juni 2006 durch die Übernahme eines Kollektivversicherungsvertrags um 46,1 Prozent. Aber auch ohne diesen Sondererfolg beträgt der Beitragszuwachs 9,3 Prozent. Dieses erfreuliche Wachstum hat sich in der zweiten Jahreshälfte noch deutlich verstärkt.

Redaktion: Welche Ziele haben Sie mit der mamax?

Helmut Posch: Unser wichtigstes Ziel ist der Ausbau des Geschäftsfelds „Betriebliche Altersvorsorge“. Hierfür haben wir ein Center für die Betriebliche Altersversorgung eingerichtet, um die Firmen bei der gesetzlich geforderten Umsetzung ihrer betrieblichen Altersversorgung bestmöglich unterstützen zu können. Hier sehe ich ein großes Gemeinschaftspotenzial des VdH mit der mamax: Sie haben die Kunden, wir unterstützen mit Technik, Know-how und liefern die Produkte. So können wir die preisgünstigen Produkte der mamax selbst für ein anspruchsvolles Geschäftsfeld nutzen. Unsere Technik ermöglicht es hierbei, dass wir Partnerportale für Vermittler, Unternehmen und Arbeitnehmer im Look&Feel des Unternehmens einrichten, die einen tagesaktuellen Überblick über die Wertentwicklung der einzelnen Verträge ermöglichen.